

La neoexclusividad turística en el litoral marítimo bonaerense: nuevas prácticas, nuevos escenarios, nuevos paisajes

Facundo Martín Hernández

UNMdP-UNNE-CONICET

fmhernandez12@yahoo.com.ar

Resumen:

En la década de 1990 se presentó un nuevo contexto para el turismo argentino: la Convertibilidad permitió a los sectores beneficiados con el modelo neoliberal realizar sus prácticas turísticas en destinos extranjeros u optar por destinos nacionales reacondicionados para que sean representativos de la postmodernidad y para distanciarse de la otredad popular.

La costa atlántica está representada como el territorio turístico más popular de la Argentina, identificado con la masividad desde la década de 1940. Este se ha transformado a partir de la década de 1990, en congruencia con el modelo turístico postfordista que se apoya en una mayor diversificación de ambientes y de consumidores, siendo el resultado la fragmentación social y espacial de los escenarios turísticos de la costa.

El presente trabajo explora las formas en que se han desplegado las nuevas prácticas turísticas en las últimas dos décadas, definiendo el término neoexclusividad turística como una reinterpretación del turismo de elite de fines de siglo XIX ligado a la filosofía de la Generación del 80. Para tal fin se han identificado los actores representativos del modelo, sus racionalidades, prácticas y formas de sociabilidad propias de la neoexclusividad; y los nuevos escenarios y paisajes que se construyen en la costa bonaerense. Como instrumentos metodológicos se realizaron entrevistas, encuestas, observación in situ, analogías con otros casos y estudios del paisaje socializado.

Palabras clave: territorio turístico - costa atlántica - neoexclusividad

I) Marco conceptual: turismo, territorio y sociedad

El turismo para Sánchez (1985:104) es, en un sentido amplio, aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, bien para disfrutar de los recursos y atractivos geofísicos diferenciales que ofrece el territorio al cual acuden, bien para contemplar elementos genealógicos contenidos en él, es decir, para admirar relictos y obras históricas que perviven en el territorio y a las cuales se les atribuye un valor monumental, artístico o cultural. El turismo al ser una práctica social que

implica desplazamiento de personas y un emplazamiento de determinadas actividades y servicios en un determinado territorio es genuinamente espacial, donde no solo intervienen los turistas, como únicos sujetos sociales, en su construcción sino que también participan agentes económicos territoriales y extraterritoriales, comunidad de origen y destino, el estado, entre otros, cada uno formando parte de una sociedad específica, actuando según sus intereses y desde lugares de poder diversos (Bertoncello, 2002).

En su definición de turismo Hiernaux (2002:26) enfatiza sobre el rol de la práctica como proceso societario, que se caracteriza por profundos impactos en la economía a escala macro y microespacial, induciendo cambios sociales tanto en los lugares de destino como en los lugares que emiten turistas. Esta es una práctica que se inicia en la modernidad y asume sus rasgos culturales, y en términos económicos también representa la consolidación y expansión del capitalismo (Berman, 1989). No son pocos los países que se “modernizaron”, en términos capitalistas, con la llegada del turismo. También podemos agregar que el despliegue del turismo en un determinado lugar está signado por la coexistencia de dos lógicas aparentemente opuestas: la del trabajo y la del ocio, que en el caso de esta práctica para que se desarrolle la segunda es fundamental la primera. Espacialmente estas lógicas opuestas se expresan mediante la fragmentación que resulta en la existencia de un espacio turístico (ocio-trabajo) y la de un espacio no turístico (trabajo).

Resultan interesantes enfoques críticos del estudio del turismo como fenómeno socio-espacial. Dentro de esa línea Osorio (2005:47) sostiene que el turismo forma parte de un proceso que ha propiciado la ruptura social y la decadencia de la conciencia de clase, al alejar social y geográficamente a las capas más pobres de las clases adineradas al ofrecer una visión parcial, polarizada y acrítica del funcionamiento de otras sociedades. El turismo propicia una idealización romántica de la vida de pueblos “exóticos”, alejados de los centros de poder del Sistema-Mundo como sinónimos de vida natural y que están por fuera de la lógica del mercado, cuando en realidad la mayoría de estos son víctimas del modelo de acumulación imperante que los pone en situación de vulnerabilidad y empobrecimiento (Hernández, 2009). Para Turner y Ash (1991) se trata de una nueva forma de colonización de la cual los ciudadanos más ricos del mundo se dirigen a los países pobres y dependientes de sus países de origen, donde existen recursos paisajísticos para colonizar y construir rincones de confort que sean más gratos que las ciudades en que viven.

La práctica turística va definiendo su propio territorio, concreto y acotado; siendo aquel que participa en forma constitutiva de la práctica; al mismo tiempo que la concreta, es transformado por ella. El territorio turístico es el resultado de la articulación del lugar de

origen, de destino y de tránsito (Bertoncello, 2002:45). En él se distinguen territorialidades, entendidas como las manifestaciones de relaciones sociales territorializadas (o geografizadas), expresadas en un presente sobreconstruido a partir de una historia social con sus cargas psicológico-simbólicas, sobre la base de una historia natural previa (Bozzano, 2009:95). Otro punto interesante en la formación de la territorialidad turística son los imaginarios y representaciones sociales que se crean en un determinado lugar, en ellas se configuran las cargas psicológicas individuales que se colectivizan a través de lo vivencial en el destino y en lo transmitido por medios masivos de comunicación, por las modas o por la simple comunicación entre las personas.

El territorio turístico incluye en el destino el espacio de recreación, donde se combina la lógica de ocio y del trabajo, pero excluye el espacio donde se emplaza la población permanente o temporaria que trabaja para el turismo (o no), donde no circula el turista. En definitiva cuando hacemos referencia al territorio turístico estamos delimitándolo en función de la circulación y emplazamiento del turista, que es el sujeto social que define los límites del mismo. Donde este no circula no hay recursos turísticos, si hay recursos humanos, mano de obra disponible para la atención del turistas o para la producción de bienes y servicios para la economía turística. El resultado es un espacio fragmentado, que en los países subdesarrollados y dependientes construyen dos realidades y paisajes opuestos resultantes de un modelo que incluye e integra a los espacios turísticos a la globalización, mediante la actuación de actores específicos en el territorio; y la exclusión de las bondades del modelo de aquellos que son actores pasivos, no decisionales, que no poseen ningún medio de producción turístico. Lo que está dentro del territorio turístico no pueden ser espacios desligados de la recreación y ligados a la cotidianidad, porque la práctica es en sí misma efímera y circunstancial en la vida de una persona, si el turista deja de consumir un determinado espacio, el territorio turístico deja de ser tal.

Las sociedades turísticas tienen en común que provienen de un lugar de origen distinto al destino que han elegido para sus prácticas de ocio. Estas trasladan sus propias pautas culturales otorgándole al territorio de destino nuevos contenidos que sustituyen a los preexistentes. Lanfant hacer referencia al concepto de turistificación como el proceso de transformación de las sociedades emisoras de turistas, lo que sería el estudio del efecto rebote del turismo sobre las sociedades (Hiernaux, 2002).

Para Knafo (1999) la turistificación tiene una dimensión territorial sustentada en las transformaciones por las especificidades de su modelo de producción, por ejemplo que el recurso turístico deba ser consumido in situ. Al ser una práctica que surgió en el seno de la

sociedad capitalista su despliegue como una actividad económica es una búsqueda de apropiación de símbolos, paisajes, culturas, expresiones artísticas, para conformar un mercado mundial del ocio y la recreación de la clase turística, que el mayor volumen de personas y destinos los poseen los países desarrollados. Knafo (1999) identifica tres fuentes principales de turistificación de los lugares y los espacios: 1) los turistas, 2) el mercado y 3) los planificadores y promotores territoriales. En el primero son los turistas los que promueven el lugar con sus desplazamientos y sus prácticas; en el segundo el turismo es activado por el mercado: primero se crea el producto luego se lo ofrece a los turistas; y en el tercero el despliegue turístico en un lugar es efectuado a partir de políticas de desarrollo regional y local.

Estos movimientos que genera el turismo de transformaciones socioterritoriales tanto en los lugares de origen, como los de destino e incluso los de tránsito pueden ser analogados a los procesos de desterritorialización y reterritorialización de Ortiz (1995). Dentro de este enfoque podemos sostener que a medida que se introduce el turismo en una comunidad receptora esta se ve impactada, implicando un cambio social que implica comportamientos contrapuestos, destacándose las actitudes de la población residente respecto a la presencia física de los turistas en el área receptora (Salvá y otros, 1994). Frente a esta nueva utilidad del lugar de destino el mismo es vaciado de su significado preexistente al turismo y se le otorgan nuevas que podrán convivir con las antiguas, pero estas últimas no volverán a ser las mismas. Un fenómeno común es la transformación de pueblos pescadores en balnearios, paulatinamente la economía del lugar termina por consolidar la actividad terciaria, siendo la pesca artesanal un atractivo más del paisaje, un recurso turístico. En definitiva, si la relación entre conquista y pérdida de un territorio implica una dinámica constante, resultando en movimientos continuos de desterritorialización y de reterritorialización, estos se intensifican cuando se trata de la actividad turística (Dutra Murta y otros, 2009), que a partir de nuevas prácticas.

II) Procesos claves para el abordaje transdisciplinario: prácticas, escenarios y paisajes

Para Hiernaux (2002) el turismo es una de las prácticas territoriales más genuinas, el abordaje de los trabajos de investigación de las mismas deben hacerse a partir de enfoques transdisciplinarios, dejando de lado el predominio de los estudios descriptivos y administrativos carentes de crítica y complejidad. Para este artículo se proponen tres conceptos clave en la formulación de los estudios sobre los fenómenos del turismo de playa

selectivo en la costa bonaerense en las últimas décadas: las prácticas, los escenarios y los paisajes.

Un punto de partida de los tres conceptos señalados es que la sociedad turística es un conjunto de aglomerados de interés conformados por agentes sociales (hombres y mujeres) que buscan la satisfacción de sus necesidades de ocio y las condiciones materiales en las que las satisfacen, representado en el mundo de los objetos. Dentro de los agentes sociales están quienes trabajan para satisfacer las necesidades de la sociedad turística, principalmente la sociedad local; y también los agentes económicos que poseen los medios de producción turísticos (empresarios hoteleros, gastronómicos, del transporte, etc.). Las prácticas son las acciones o comportamientos, las conductas o las costumbres que crean, reproducen o modifican las relaciones o lazos sociales que constituye la sociabilidad (Mantobani, 2002:44). Esto aplicado al turismo se podría resumir como los *habitus* de la sociedad turística, en palabras de Bourdieu (1972:178) como el sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir.

Cada práctica tiene un escenario específico de realización, en el turismo esto es más que evidente: una montaña, una playa o una ciudad pueden ser los escenarios donde se realiza el andinismo, el baño de mar o la visita a un museo; a su vez los alojamientos, restaurantes o centros de entretenimientos nocturnos son escenarios que son funcionales a otras prácticas también ligadas a la recreación y el esparcimiento. Mantobani (2002) y Hernández (2009) definen los escenarios turísticos como recintos o espacios físicos (construidos o naturales), como espacios públicos o privados, unifuncionales o plurifuncionales donde se materializan las prácticas ligadas al ocio, la recreación y el esparcimiento.

Un concepto ineludible en los estudios sobre turismo es el de paisaje, no las definiciones apoyadas en la ecología, sino aquellas que incorporan el accionar histórico de las sociedades sobre el mismo. Estas son las que entienden que los paisajes actuales son el resultado del pasaje de lo natural a lo cultural, en diferentes grados de transformación. Para Carl Sauer (1940), identificado con el paradigma posibilista y regionalista, el objeto de la geografía no estaba en la diferenciación espacial sino en comprender el cambio del paisaje natural al cultural y determinar las diferentes fases por las que ha pasado el mismo hasta constituirse tal y como hoy se encuentra (Estébanez, 1994). La propuesta se basa en un

razonamiento inductivo, de reconstruir el paisaje de las diferentes y sucesivas transformaciones de una Primera Naturaleza a sucesivas Segundas Naturalezas.

Para Milton Santos (2002:86) existe una necesidad epistemológica de distinguir el paisaje del espacio, al primero lo define como el conjunto de formas que, en un momento dado, expresa las herencias que representan las sucesivas relaciones localizadas entre hombre y naturaleza; en cambio el espacio es la reunión de esas formas más la vida que las anima. El paisaje es transtemporal, juntando objetos pasados y presentes, lo que se conoce como construcciones transversales; el espacio es siempre un presente, una construcción horizontal, una situación única. Cada paisaje se caracteriza por una determinada distribución de *formas-objetos* (elementos naturales, recursos naturales, infraestructuras, cultivos, etc.), provistas de un contenido técnico específico, un sistema material; el espacio es un sistema de valores, que se transforma permanentemente (Santos, 2002:86-87).

El paisaje turístico es el resultado de la valorización de los elementos naturales y/o antrópicos por parte de la sociedad turística, de los valores de mercado por los agentes económicos del desarrollo turístico y de las imágenes transmitidas por los medios de comunicación. Se podría decir que el paisaje turístico es aquel imaginado por la sociedad turística, producto de una elaboración psicológica y social de lo real (Villar, 2000). Las diferentes prácticas están asociadas a diferentes representaciones del paisaje, como así también en este último se constituyen diferentes escenarios. Las diferentes etapas históricas demuestran la variabilidad de las prácticas turísticas que se realizan en cambiantes escenarios y en determinados paisajes que son valorados o puestos en producción según el contexto.

III) Estadios del turismo: elitismo, fordismo y postfordismo

Podemos plantear tres estadios generales en el desarrollo del turismo el primero correspondió a una etapa que podríamos definir como elitismo en tanto sólo podían realizar las prácticas de ocio las elites de los siglos anteriores al siglo XX. En esta etapa la sociedad turística es producto de un determinismo de tipo causal o culturalista, basado en un darwinismo social centrado en el individualismo y la competencia como fuentes del progreso de las sociedades, se justifica el ascenso social de unos sobre otros. El sesgo clasista que asume el turismo es tal que el origen de la palabra debe localizarse en el siglo XVI, cuando surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el “gran-tour” al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias (Acerenza, 1984).

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX, debido a los cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y en la tecnología del transporte. Con la Revolución Industrial del siglo XIX se consolida la burguesía que dispondrá de recursos económicos y tiempo libre para viajar. Comienza a nacer el turismo de montaña o de salud, se construyen sanatorios y clínicas privadas para las clases altas en Europa, surgen las primeras estaciones de baño también como destinos saludables y se consolidan los espacios naturales como lugares turísticos. Esto último sucedió con las designaciones de parques nacionales a las áreas que por sus cualidades escénicas eran protegidas por el Estado para la contemplación de la sociedad turística, en una visión romántica de la naturaleza de la que sólo podían jactarse las elites “cultas” y “preparadas”.

A medida que el capitalismo industrial crecía también lo hacía la sociedad turística en los países desarrollados, de hecho los centros turísticos más importantes estaban (y siguen estando) localizados en los países desarrollados, ya que la clase turística mundial estaba (y está) compuesta en su mayoría por habitantes de los países con mayor nivel de ingresos, permitiéndoles invertir en su tiempo libre o de ocio. En los países desarrollados la eclosión del turismo de masas en la posguerra estuvo amparada y vinculada al modelo de producción fordista (masivo y seriado). En este período se inició la producción en masa de destinos turísticos estandarizados, principalmente balnearios y villas de montaña, a un precio más accesible a una mayor porción de la población y con una notable rigidez de la oferta (Donaire, 1998).

En cambio, los países periféricos no alcanzaban a crear un movimiento turístico interno de importante dimensiones, sólo algunos países en contextos específicos lograron tal objetivo (principalmente durante gobiernos progresistas o populistas). De esta forma no existió una verdadera infraestructura que construyera territorios turísticos en América Latina, ya que no se realizaban inversiones que permitiesen un despliegue de destinos a nivel internacional. A nivel nacional, algunos países con litorales marítimos fundaron sus propios balnearios (Mar del Plata, Viña del Mar, Punta del Este, Florianópolis) o los construyeron sobre ciudades preexistentes al desarrollo turístico (Río de Janeiro, San Salvador, Cartagena de Indias, Puerto Vallarta)

Por sus cualidades ambientales, como una ventaja comparativa, en el Mar Caribe se crearon enclaves turísticos de sol y playa logrando dinamizar territorialmente las economías de los grandes complejos hoteleros, de las líneas aéreas y de las firmas gastronómicas, principalmente. En cambio las economías locales no se vieron beneficiadas en la distribución de la renta generada por el turismo, los bajos salarios, los inexistentes controles laborales, la

informalidad laboral y la inexistencia de un empresariado local contribuyeron a esta situación. Las empresas extranjeras que invirtieron en el desarrollo del turismo en el Caribe concentraron los beneficios del consumo y gastos de los turistas, también extranjeros, siendo esto un ejemplo claro de una formación socio-espacial de tipo enclave.

Las necesidades de estos turistas extranjeros, ligadas a sus formas y calidad de vida en sus respectivos países, contrastaban con las características socio-económicas de los países de la cuenca caribeña. Para resolver esta disyuntiva los gobiernos nacionales invirtieron en servicios e infraestructuras básicas concentradas en el espacio turístico, pero no donde habita el nativo. De esta forma se fragmenta el territorio en dos: 1) *el turístico*, incorporado a la economía mundial, constituyendo un paisaje “moderno” con sus complejos hoteleros, aeropuertos, puertos para cruceros, locales gastronómicos, etc. 2) *el no turístico*, ligado a la realidad latinoamericana, constituyendo un paisaje de “retraso”, pobreza y exclusión, con aldeas sin servicios básicos, sin caminos, sin hospitales, sin comunicaciones. Este modelo espacial se repite en los demás países del subdesarrollo que tienen potencialidades turísticas (Hernández, 2008).

La crisis del modelo fordista en la década de 1980 y el surgimiento del postfordismo generan un cambio en el modelo de producción turístico, caracterizado por la constante innovación y competitividad, incrementando el peso de la demanda, teniendo como resultado nuevas territorialidades turísticas y la consolidación del mercado como fuente de turistificación. La satisfacción en este nuevo contexto no está directamente vinculada al uso de bienes y servicios, sino a la anticipación y la imaginación de los mismos. Supone una reacción de los consumidores contra la oferta homogénea, la originalidad como valor agregado. Se desarrolla en teoría un neo-turismo: nuevas prácticas, nuevas maneras de hacer y organizar, nuevos escenarios, nuevas necesidades de la demanda, nuevas perspectivas y nuevos espacios. El resultado es el despliegue de un turismo más heterogéneo, más fragmentado y menos estandarizado (Marchena, 1994 y Donaire 1998).

El resultado en los países subdesarrollados de las políticas aplicadas en la década de 1990 fue la profundización de las desigualdades sociales, debido a los recortes presupuestarios en sectores claves del estado (salud, educación, desarrollo social). El turismo aparece como uno de los nuevos soportes de las economías latinoamericanas globalizadas, incorporándolo al discurso del desarrollo local, como una alternativa en las regiones afectadas por las nuevas dinámicas productivas y que reúnen condiciones naturales o culturales para la turistificación.

La “modernización” del Estado se apoyó en las teorías de descentralización, como sostiene Petras (1997) este modelo significa que el gobierno local asume la responsabilidad por la educación, la salud, la producción, no dependiendo de los recursos del estado sino asociándose y atrayendo a los capitales privados. La sociedad Estado-Multinacionales en el sector turístico impulsó el crecimiento de la actividad en Asia, África y América Latina, esta última en 1980 registró 13500 millones de dólares de ingresos por turismo internacional, en el 2008 45300 millones de dólares y se proyecta para el 2020 superar los 80000 millones (OMT, 2009).

IV) Exclusivismo y populismo en la costa bonaerense

En la Argentina la costa bonaerense se transformó en el principal destino turístico del país. La base del desarrollo turístico fue en su modalidad de sol y playa definido por Joan Sánchez (1985) como aquel que se basa en el aprovechamiento de unas características medioambientales concretas, tratándose por consiguiente del consumo de una combinación adecuada de factores geofísicos que pasan a convertirse en recurso natural a partir del momento en que se les atribuye valoración social. Podemos decir que se trata del consumo de un clima determinado en la línea de contacto entre litósfera e hidrósfera, generalmente en aquellos lugares en que es fácil el acceso al mar y donde pueden aprovecharse las radiaciones solares exponiendo el cuerpo al sol; la forma más adecuada es la playa (Sánchez, 1985:106).

La fundación de villas turísticas responde a las necesidades culturales de la clase alta porteña. Estas, al poblar temporariamente los balnearios, trajeron consigo sus símbolos, representaciones sociales, prácticas de sociabilidad, reproduciendo su cultura en un territorio que el Estado consideraba “desierto”. Sin embargo, este territorio tenía su construcción identitaria preturística: fue asiento de pueblos originarios (pampas, tehuelches, puelches, aucos), de misioneros, de trabajadores rurales, de trabajadores del saladero. Estos aspectos del territorio fueron transformados o eliminados por las inversiones de los desarrolladores urbano-turísticos y por la sociedad turística porteña.

La primera etapa, la fundacional, la denominamos **exclusivismo** debido a que el turismo solo era practicado por las clases elitistas de fines del siglo XIX (Hernández, 2009). El llamado turismo de playa, como una actividad de ocio a la que sólo las elites porteñas podían acceder, marcó una tendencia sociocultural en esos años ya que la moda provenía de Europa. A esto se le sumaba que las zonas del Delta de Paraná y de la ribera de la Río de la Plata, utilizadas en forma recreativa por las elites, estaban afectadas a las epidemias de cólera que asolaban la población argentina en el siglo XIX (Villar, 2001). Esto llevó a considerar en

esta etapa al clima marítimo como benéfico para la salud humana, sumado al paisaje costero como una representación social atractiva y distinguida (Benseny, 2006 y Hernández, 2009). Al valorizarse la playa como un recurso turístico nace una nueva imagen del litoral marítimo, distanciándose de la visión que correspondía a las tierras improductivas, llamadas los “patios traseros” de las estancias (Villar, 2000 y Mantobani, 2004).

Las villas balnearias decimonónicas estaban caracterizadas por una ocupación urbana extensiva (no concentrada) del frente costero, con edificaciones de estilo arquitectónico (normando, neoclásico, ecléctico) con amplios parques, emplazadas sobre terrenos elevados con vistas panorámicas, reproduciendo el modelo espacial europeo de las villas balnearias normandas. Cada espacio que se valorizaba se convertía en un escenario de sociabilidad, como las playas, o era dotado de soportes materiales que lo complementaban y facilitaban su apropiación y consumo, como las ramblas y balnearios, dando lugar a las correspondientes prácticas turísticas (Mantobani, 2002). Estas estaban más ligadas a la contemplación del paisaje que a una interacción más activa con el mismo, inspiradas en los valores románticos de la Generación del 80. Este modelo turístico desplegado está basado en el elitismo analizado en el apartado anterior.

La fundación de Mar del Plata en 1874, y más precisamente la llegada de la red ferroviaria a la misma en 1886 y la inauguración del Hotel Bristol (1888), es el hito o pacto fundacional que da inicio al proceso de construcción territorial de la costa bonaerense, como destino turístico de la alta sociedad porteña (Mantobani, 2002). El modelo marplatense se trasladó a localidades vecinas que, sin lograr el alcance de Mar del Plata, imitaron el proceso fundacional en el mismo contexto socioterritorial. La fundación de Necochea en 1880, la de Miramar en 1888 y el proyecto frustrado de Mar del Sud en 1890 siguieron el modelo exclusivista que se inició en Mar del Plata.

La segunda etapa la denominamos **populismo**, en referencia a la apertura de los balnearios a una porción mayor de la población, principalmente a las masas populares de obreros de las grandes ciudades (Hernández, 2009). Se suele definir esta etapa como un proceso de democratización de los balnearios (Pastoriza 2002 y Cicalese, 2002). Si bien el modelo exclusivista decae en la década de 1930 por la consolidación de una emergente clase media, un hito histórico catalizó el proceso de masificación de las playas: la llegada de Juan D. Perón al poder (1946-1955). En ese contexto las bases sociales y culturales del país se modificaron sustentadas en el ascenso de la creciente clase obrera. La organización y el apoyo estatal a gremios y sindicatos hicieron que estos contaran con recursos para materializar el derecho a vacacionar, contemplado en los “Derechos del Trabajador” dictados por el gobierno

peronista. Las causas políticas de este cambio fue que se incorporó un marco legal que permitía el acceso a los trabajadores, mientras posibilitaba la concreción del veraneo de las clases medias argentinas (Pastoriza, 2002). La consecuente masificación del turismo se territorializó mediante la construcción de complejos hoteleros en los principales centros turísticos, dando origen al turismo gremial y social. Éste tenía prácticas de sociabilidad específicas basadas en el sentido de pertenencia al gremio o a la ideología del gobierno, diferenciándose y oponiéndose a las prácticas de las elites. La creación de colonias de vacaciones fue uno de los procesos que más alejó al turismo como una actividad de lujo y que solo podía organizarse desde el mercado (Pastoriza, 2002).

Para que pudiesen albergar la masa turística se sustituyeron las villas turísticas exclusivistas por ciudades balnearias, edificadas en altura, concentradas, que tenían la función de ser hoteles gremiales y departamentos de veraneo para la clase media turística y permanente. Este modelo de ocupación del frente costero generó un fuerte impacto visual, imponiendo definitivamente la urbanidad por sobre el paisaje natural. Se establece una relación dialéctica, basada en la contradicción del par destrucción-construcción, que implicó el retroceso de un modelo (exclusivismo) y el avance de otro (populismo). Este proceso incorporó heterogeneidad a la vida social de los balnearios, lo que fue construyendo una mayor variedad de escenarios turísticos, pasándose de una sociabilidad de pocos ámbitos (una única configuración de condición social elevada) a una sociabilidad cada vez más plural (como la masificación de los principales balnearios de la costa bonaerense). Sin embargo la diversificación social se logra sobre la base de una estandarización del producto turístico, lo que representaba la aplicación del fordismo en el turismo de playa bonaerense.

Las prácticas turísticas se hicieron más activas con el ambiente costero, los baños de mar adquirieron un carácter más recreativo, las playas céntricas y los paseos comerciales aledaños (las peatonales) fueron sustituyendo los escenarios de sociabilidad de fines del siglo XIX y principios del XX. Las representaciones sociales en esta etapa diferían entre dos polos -social y políticamente- opuestos: por un lado para la clase obrera el litoral marítimo bonaerense se transformaba en el espacio de descanso, mientras que para las elites el mismo dejaba de ser un espacio de exclusividad debido al proceso de masificación.

V) Neoexclusivismo en las costas bonaerenses

La tercera etapa convive con el proceso histórico que originó el populismo, aunque este último actualmente en crisis social y ecológica. Esta la definimos como **neoexclusivismo**, el término hace referencia a un nuevo modelo urbano-turístico de carácter exclusivo y

selectivo, que difiere del desarrollado a fines del siglo XIX y principios del XX por las nuevas formas culturales de sociabilización, de autosegregación espacial, de interacción y de transformación del medio natural. Este se desarrolla con la consolidación del modelo neoliberal que trajo como consecuencia un nuevo tipo societal caracterizado por la fragmentación y polarización social: crece la indigencia en la población más vulnerable, la clase obrera y media se empobrecen; y un sector minoritario compuesto por clases medias altas y elites concentraron los beneficios del modelo (Svampa 2005 y Petras, 1997).

¿Cómo afecta el nuevo contexto al turismo de playa? Una respuesta podría ser plausible es que los sectores que se beneficiaron con el modelo realizaron sus vacaciones en el exterior, con un intenso flujo a las playas brasileñas y caribeñas, principalmente por la política cambiaria de la convertibilidad y por las cualidades físicas de las costas tropicales. Esta situación desarticuló las economías locales de los sitios turísticos nacionales, principalmente los costeros. Otros sectores de los “ganadores” prefirieron desarrollar countries, barrios privados y balnearios exclusivos en la costa bonaerense y otros sitios turísticos argentinos. Esta nueva forma de ocupación del territorio es la forma más reciente del modelo capitalista como productor de espacio urbano: la urbanización empresarial. Esto se da en función de habilitaciones municipales para crear un mercado de tierras para los barrios privados con escasos estudios de factibilidad y de impacto socioambiental. La urbanización privada es un proceso de autosegregación que crece exponencialmente en esta etapa y se reproduce en los espacios de ocio, donde se busca mantener el mismo estilo de vida distante de la *otredad*.

En esta etapa el turismo masivo vinculado al mundo del trabajo entra en crisis principalmente por dos razones, señala Bertoncello (2006:329): 1) el empobrecimiento general de la sociedad argentina que excluye a un creciente número de habitantes de la posibilidad de hacer turismo y 2) la crisis de la representación sindical que tiene efectos sobre esta modalidad de turismo, ya que disminuyen en forma notoria los afiliados que se benefician con la pertenencia. La disminución del volumen de turistas llevó a una crisis económica severa en los asentamientos balnearios ya que disminuyó la actividad comercial y la capacidad de inversión en infraestructura. En el lado opuesto el neoexclusivismo es un modelo emergente de la crisis ya que, como sostiene Cicalese (2005), al verse restringida la captación del turismo de masas los gobiernos y empresarios turísticos potencian y ofrecen nuevas opciones orientadas a retener a los turistas provenientes de sectores más acomodados, destinándose los espacios litorales distantes de la urbanidad, mientras que las zonas céntricas de los grandes balnearios se deterioran paisajísticamente y comienzan a presentar los

indicadores más elevados de desempleo, subempleo y población con necesidades básicas insatisfechas (es el caso de Mar del Plata, Miramar, Necochea y Villa Gesell).

Los nuevos escenarios neoexclusivos, sean paradores-balnearios, clubes de mar, barrios privados, hoteles-spa, restaurantes, se diferencian de los populares por la utilización de elementos naturales en la transformación del paisaje natural. Se desarrolla una política paisajística de forestación, otorgándole al producto playa un valor agregado: el bosque, que se traduce en un mayor costo del alquiler temporario. Esta estética del paisaje está planificada para crear un ambiente de privacidad con ciertos servicios ecológicos: la sombra, el microclima que se genera, aromas relacionados con las especies, una mayor naturalidad; siendo estos indicadores ambientales del neoexclusivismo en la costa bonaerense. También se destaca en el espacio playa la sustitución del balneario tradicional (o de primera generación) por el parador (de segunda generación), estos se destacan por una nueva estética ligada a nuevas prácticas. El parador es la utilización comercial de la playa a partir de la concesión de sectores de las mismas a radios FM, marcas de ropa, de bebidas, etc.; empresas identificadas con el consumo postmodernista, transformando el espacio natural en un espacio publicitario (Ordoqui, 2008 y Hernández, 2009).

Las representaciones sociales del litoral marítimo se modifican en tanto las nuevas prácticas turísticas se diversifican: se hacen más notorios los deportes náuticos, se motoriza el mar con los jet-sky, se emplean nuevas formas de recreación en los relictos de campos dunícolas (sundboard), se intensifica la circulación de vehículos todo terreno en dunas y playas, se inauguran spa frente al mar, piletas en los paradores, etc. Todas estas prácticas están ligadas a clases con mayor poder adquisitivo e implican nuevos escenarios turísticos, o una nueva representación de los mismos: antes un campo de dunas era un paisaje para contemplar, ese mismo espacio se ha transformado gradualmente en un lugar de circulación de camionetas, cuatriciclos y motos siendo un escenario de “aventura”.

Los asentamientos balnearios donde se territorializa este modalidad neoexclusivista son aquellos denominados “villas balnearias”, nombramiento que evoca a la misma denominación de los balnearios decimonónicos. Estas son Cariló en el Partido de Pinamar; Las Gaviotas, Mar de las Pampas y Mar Azul en el Partido de Villa Gesell; Aguas Verdes en el Partido de la Costa y Rocas Negras en el Partido de General Alvarado (espacio turístico donde no existe una valorización por la boscosidad sino que por estar asentado sobre una barranca posee una vista panorámica al mar). También en las ciudades balnearias surgieron espacios o nichos neoexclusivos en convivencia con lo popular-masivo, por ejemplo Mar del Plata oferta las playas céntricas para el turismo de clases medias y bajas, y los balnearios del

Paseo Atlántico Sur se afianzaron dentro del neoexclusivismo a partir de la explotación de la concesionaria Playas del Faro SA. En el sur de Necochea también se están conformando nuevas “villas” balnearias catalogadas como barrios privados explotados por firmas de desarrollo urbano vinculadas a proyectos en el Gran Buenos Aires, como es el caso del Grupo TAO que fundó el Barrio Privado Médanos y la UrbanCross que está loteando la futura urbanización Fuchaco.

En toda la costa bonaerense comienza a extenderse, desde la década de 1990, la conformación de escenarios neoexclusivos que sean soporte de las prácticas de la sociedad turística de mayores ingresos. De esta forma se puede distinguir un patrón paisajístico que responde a las necesidades de un turista más exigente y con mayores posibilidades de contratación de diversos servicios para su ocio y recreación. Este modelo está dentro de lo que se ha denominado el postfordismo turístico, que en nuestro territorio de estudio no sólo obedece a una mayor diversificación de los productos turísticos sino también a un mayor distanciamiento de la sociedad turística con la sociedad local, ya que la última vive distante del lugar de destino de la primera. Se forman enclaves que no están rodeados de la realidad cotidiana Argentina, donde se localizan los barrios de las clases trabajadoras de la ciudad permanente, sino que están separados por rutas, campos, playas y bosques; son *burbujas turísticas*.

VI) La diversidad de prácticas de la neoexclusividad

En las villas balnearias neoexclusivas las prácticas turísticas están relacionadas al modelo slow; este, en su propuesta “filosófica”, tiene como base aparcarse los ritmos propios de las grandes ciudades y que todas las acciones permitan disfrutar del cada minuto en congruencia con lo primero y en forma amigable con el medio natural. Para ello reivindica una nueva escala de valores, teniendo como máxima el trabajar para vivir y no al contrario. Este supuesto ya de por sí plantea la selectividad del modelo, sólo pueden disponer de mayor tiempo de ocio aquellos que cuentan con los recursos económicos para efectivizarlo, y quienes trabajan para vivir son la mayoría de la población económicamente activa en los países subdesarrollados. Las prácticas slow propuestas están encuadradas dentro de un movimiento más amplio: la postmodernidad, y sólo son accesibles a las elites. Mar de las Pampas es la única localidad en la Argentina que pertenece y cuenta con certificación del Movimiento Internacional de Ciudades Slow. Este destino de playa tiene unos costos de alojamiento significativamente mayores a los balnearios más populares y masivos.

La supuesta defensa de la biodiversidad, la militancia “verde”, la reivindicación de las culturas locales y un empleo inteligente de la tecnología, son algunas de las principales expresiones de identidad de las localidades slow. Detrás de la teoría, que no plantea mecanismos que amorticen los efectos del mercado, la práctica turística slow, principalmente en los países subdesarrollados, es la consolidación de un modelo excluyente que volvía a rescatar las bases del turismo del siglo XIX: la naturaleza y las comodidades para aquellos que pertenecen a una elite.

Las prácticas más comunes que se han relevado en las encuestas realizadas desde el 2007 en los enclaves neoexclusivos son los baños de sol, los masajes, el día en el spa, el tenis, el golf, los paseos a caballo, la actividad física en los gimnasios, navegar por la Internet, tomar café en las confiterías, los happenings, etc. Todas estas prácticas se realizan en base a un ostracismo social y en un ambiente donde predominan los espacios verdes, amplios, sin grandes edificaciones comerciales, con costas sin intervenciones antrópicas duras y con el emplazamiento de paradores de playa. Como consecuencia podemos inferir que existe un correlato entre el modelo turístico postfordista, las formas postmodernas y el neoexclusivismo que se analiza en el trabajo

En algunas entrevistas realizadas en la villa balnearia Cariló se evidencia la necesidad de distanciamiento:

“... Acá nosotros estamos muy bien, vos respirás aire puro, donde hay mucha gente no hay este aire, ¿entendés? Yo vivo en un barrio muy lindo de Pilar no puedo ir a Mar del Plata porque tengo fobia al gentío, acá muchos nos conocemos, venimos hace tiempo, somos familias que quieren estar tranquilas...”, Evangelina, 40 años.

Con respecto a las prácticas en el Club de Campo y Mar Marayuí se resaltan las actividades deportivas y campestres vinculadas a las elites:

“Yo me levanto temprano, tipo 6 y media, tomo un desayuno de campo y salgo a realizar mi caminata de rutina en el monte; luego voy al campo de golf y juego con mis amigos, si el día está bueno vamos al club de mar y tomamos unos mates en la playa con la familia... lo que me gusta del lugar es que tenés las estancias cerca y podés andar a caballo, a mi todo lo que sea campo me gusta y el mar es el paisaje más hermoso, así que este lugar es ideal para mí”, Antonio 47 años.

En las playas las prácticas típicamente urbanas como la circulación en vehículos 4x4, o la transformación de las mismas en centros nocturnos no se concretan, en Las Gaviotas los turistas señalan:

“La circulación de vehículos 4x4 en la playa está prohibida, en las calles de la villa hay que circular con precaución, si vos las comparás con Gesell la diferencia es grande, en Gesell hay basura de todo

tipo arrojada por un turista que no tiene conciencia que la basura que arroja es la misma que al otro día le molesta; acá los turistas somos más educados y nos respetamos”, Griselda 35 años.

En cambio en otros destinos neoexclusivos existe una mayor permisividad en cuanto a la circulación vehicular en la playa, motorizando la misma, y de la motonáutica en el mar, generando estas prácticas un considerable impacto ambiental. También en los destinos jóvenes la playa se transforma en un espacio de la nocturnidad, a partir de las fiestas que se organizan en las mismas; algunas calles comerciales de los enclaves neoexclusivos también se incorporan las prácticas urbanas como los paseos de compra en locales de ropa de alta moda, como en Cariló y Mar de las Pampas. De esta manera se rompe y se contradice con lo slow que en su construcción socioterritorial implica el compromiso de tener poca publicidad en las calles, de reducir la contaminación y la velocidad, de limitar lo “mega” –mega-mercados, mega-restaurantes– y apoyar al tipo tradicional de comercio. El camino a la neoexclusividad no solamente es a través de la tranquilidad, la contemplación y el establecimiento de una relación sociedad turística – paisaje turístico de bajo impacto en la segunda; sino también se expresa en prácticas en las antípodas de los slow.

VII) Los escenarios de la neoexclusividad

A medida que las prácticas fueron cambiando en las prácticas relacionadas con el turismo de playa, también cambiaron los soportes de las mismas. Los balnearios tradicionales con sus unidades de sombra, las peatonales, los paseos costaneros, los edificios, los hoteles comenzaron a contrastar a la nueva oferta: paradores, paseos comerciales con madera, cabañas y complejos de spa. Se conforma un nuevo espacio turístico: el neoexclusivo, que es la suma de todos los escenarios más la vida social de los turistas que animan los mismos.

En las villas balnearias las playas se transforman en un escenario de semi-privado cercando la misma para marcar los límites de lo privado sobre lo público, siendo los agentes de seguridad un actor fundamental para custodiar el escenario exclusivo. En los countries, clubes de mar, clubes de campo, toda su extensión es privada. Estos aprovechan la topografía de la costa para separarse de los espacios públicos o se crean zonas con elementos naturales que permitan tal división, como la frondosidad de un bosque, un campo de golf o un área protegida privada.

En los escenarios aparecen las marcas que lo distinguen: en una calle comercial de Mar del Plata y Miramar los turistas circulan en una densidad de cartelería de una diversidad de productos y marcas; en cambio en los centros comerciales en los enclaves neoexclusivos

están conformados con pocas marcas y pocos productos que son símbolos del tipo de consumo al que acceden las clases altas.

Los hoteles en el modelo popular-masivo tienen la función de pernoctación, en cambio los complejos hoteleros propios del neoexclusivismo son centros de salud, ya que tienen servicios de spa, gimnasios, piletas que complejiza el escenario al diversificar las prácticas turísticas posibles en el mismo. La mayoría de los encuestados que tenían a su disposición una pileta preferían refrescarse en la misma antes que en el mar.

Los campos hípicos y las estancias antes no vinculadas al turismo de playa han sido incorporados en la última década en los destinos neoexclusivos; el golf que ya estaba presente creció tanto en usuarios como en extensión. El resultado de todos los escenarios que sustentan las prácticas de una sociedad turística de elite es la construcción de un paisaje con cualidades específicas.

VIII) El Paisaje de la neoexclusividad

En la actualidad el mayor crecimiento urbano-turístico sobre el ecosistema costero se da en función de este modelo neoexclusivo. Las principales causas explicativas deben encontrarse en: 1) la necesidad de las elites de crear un *geosistema* con una presencia notoria de elementos naturales y no urbanos. 2) la formación de un *sociosistema* donde poseer un paisaje más “natural” se transforma en una forma de distinguirse de las clases populares. Para los desarrolladores urbanos y los empresarios balnearios es un negocio inmobiliario rentable, ya que las tierras costeras las compran a bajo costo u obtienen concesiones y contratos de explotación de playas favorables. Estos agentes reacondicionan el paisaje mediante un modelo forestal, posteriormente comercializando los lotes a un alto costo, o equipan las playas con infraestructura para prácticas relacionadas con el confort (como los spa). 3) a nivel cultural todo lo “eco” y “natural” se pone de moda como una expresión postmoderna, incluso estas urbanizaciones y playas son catalogadas como sostenibles y ecológicas, siendo un discurso excluyente ya que el valor agregado en los servicios turísticos de estos destinos de por sí decanta el acceso de las clases populares.

El reacondicionamiento del paisaje costero para las clases altas generó un proceso de transformación del mismo, en las urbanizaciones neoexclusivistas la estética paisajística cumple roles específicos. En general, los cambios introducidos son: la forestación para la fijación de las dunas y la implantación de bosques de especies foráneas –algunas consideradas “exóticas”- para brindar servicios ecológicos específicos, la parquización e impermeabilización del suelo arenoso para el equipamiento deportivo (campos de golf,

hípicos, rugby), la utilización de cursos y cuerpos de agua (encauzados y artificializados) para incrementar el valor escénico y la creación de áreas de reservas privadas para el altruismo ecologista. En síntesis: la forestación de grandes áreas para consolidar el terreno y la urbanización han reducido los hábitats naturales y fragmentado fuertemente el paisaje. Se ha llevado a cabo un reemplazo planificado de la biota nativa por especies asociadas a estos sistemas antrópicos (Dadon, 2002:110), supuestamente sostenibles.

La creación de áreas protegidas privadas en las zonas de bosque y lagunas litorales, en torno a los nuevos proyectos urbano-turísticos, son una forma de distinción y fragmentación espacial entre sitios turísticos de clase alta y el resto (la otredad, lo popular). Los loteos en promedio superan los 1000mts², ya que la noción de espacio vital para las clases altas es más amplia en términos de extensión y servicios que el resto, considerándose dispersa su ocupación efectiva del territorio y baja la densidad poblacional resultante (Kempf, 2005). Las normas de construcción están dictadas por los códigos de ordenamiento territorial y los reglamentos de los emprendimientos, predominando los materiales secos y el mantenimiento de extensas superficies de espacios verdes.

La transformación del paisaje no puede medirse en términos de densidad poblacional, sino en las formas de modificación del mismo: sustituir los campos de dunas por campos de golf o parques de grandes residencias son transformaciones radicales en el paisaje costero. Estas impactan negativamente en el funcionamiento ecosistémico por la irrupción en la dinámica natural de las arenas y la contaminación de los acuíferos.

A modo de reflexión:

El despliegue del turismo en un territorio que comprende el lugar de destino, de origen y de tránsito está relacionado con un sistema de poder, de clases y de distinción social. Como sostiene Hiernaux (2002) la relativa euforia por una actividad que se ha desarrollado a toda velocidad, requería de una cierta distancia crítica con relación a su verdadera difusión en las diversas clases sociales. Los hábitos sociales diferenciados con relación al turismo, son entonces indivisibles de la estratificación social (Hiernaux, 2002).

Lo neoexclusivo es producto de una mayor polarización social desde fines de la década de 1970 con la última dictadura militar y la consolidación del neoliberalismo en la de 1990. Lo “slow” y lo “eco”, se transforman en términos y discursos que apuntan a una visión amigable con el medio natural y de interacción con las sociedades locales. Los hábitos específicos que se manifiestan en los enclaves neoexclusivos se contradicen con los valores discursivos ya que el ambiente natural está transformado para ser el soporte de prácticas

específicas creando escenarios de sociabilidad contruïdos y no naturales. La interacción se da entre la misma sociedad turística ya que son nichos y enclaves donde justamente su principal aspecto territorial es auto-excluirse y auto-fragmentarse del resto.

El notable crecimiento de estos espacios turísticos trae aparejado un modelo económico local concentrado, ya que sólo pueden producir servicios para la sociedad turística neoesclusiva empresarios con gran capacidad de inversión, además también tienen que tener poder de negociación con los sectores político-administrativo. El circuito es cerrado: beneficios para sectores empresariales con recursos económicos, excelente rentabilidad para desarrolladores urbanos de características oligopólicas en la costa bonaerense (ya que pocas firmas concentran la mayoría de los proyectos urbano-balnearios) y el goce de la sociedad turística.

Bibliografía:

- Benseny, G. (2006a) *“El espacio turístico litoral”*. En Revista Aportes y Transferencias – Tiempo Libre Turismo y Recreación. Año 10, Volumen 2. UNMdP, Mar del Plata.
- Berman, M. (1989) *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Bertoncello, R. (2006) *“Turismo territorio y sociedad. El “mapa turístico de la Argentina”*. En América Latina: cidade, campo e turismo. Lemos, A., Arroyo, M., y Silveira, M. (Eds.). Clacso, San Pablo.
- Bertoncello, R. (2002) *“Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas”*. En Revista Aportes y Transferencias. Nro. 2. Vol. 6. UNMdP, Mar del Plata.
- Bozzano, H. (2009). *Territorios posibles. Procesos, lugares y actores*. Lumiere, Buenos Aires.
- Cicalese, G. (2005) *“Territorios críticos y propiedad privada de recursos turísticos valiosos. Las playas privadas del sur de Mar del Plata, 1991- 2005”*. En Taller Internacional “La experiencia de la movilidad y la construcción de otras geografías”. FFyL-UBA, Buenos Aires.
- Dadon, J y Matteucci, S. (2002) *“Las zonas litorales y sus recursos naturales; prioridades y perspectivas en Argentina y en el mundo”*. En En Dadon, J. y Matteucci (Ed), *Zonas costeras de la pampa argentina*. Lugar. Buenos Aires.
- Hernández, F. (2009a) *“Nuevas espacialidades y paisaje turístico. El neoesclusivismo en el litoral marítimo bonaerense, Argentina”*. Revista Nadir, Año 1, Nro. 2. Universidad Autónoma de Chile, Santiago.
- Hernández, F. (2008) *“El capitalismo turístico balneario”*. En Revista NOVEDUC, Nº 212, Año Buenos Aires.

- Hiernaux, D. (2002) “*¿Cómo definir el turismo: un repaso disciplinario?*”. En Aportes y transferencias, Año VI, Vol. 2. Mar del Plata.
- Hiernaux, D. (2002a) “*Turismo e imaginario*”. En Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible, Hiernaux, Cordero y Montijn. FLACSO. San José, Costa Rica.
- Mantero, J. (2006) “*Urbanización y balnearización del litoral atlántico*”. En Manual de Manejo Costero para la Provincia de Buenos Aires. EUDEM. Mar del Plata.
- Mantobani, J (2002) El papel de la sociabilidad en la construcción del territorio de la costa de la provincia de Buenos Aires, un aporte geográfico. Editorial Suárez, UNMdP, Mar del Plata.
- Knafou, R. (1999) "Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo". En: *Turismo e Geografia. Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais* en Rodrigues, A. y Balastreri, A. (Comp.). Hucitec, Sao Pablo, pp. 145-176.
- Osorio García, M. (2005) “*Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde la perspectiva materialista crítica*”. En Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 3, Año 1, Nro. 3, Universidad de La Laguna, España, pp. 41-61.
- Ordoqui, J. (2008). “La problemática del turismo de playa en Mar del Plata a principio del siglo XXI.”. En X Jornadas Cuyanas de Geografía, Mendoza, Argentina, 2008.
- Ortiz, R. (1995). Otro territorio. UNQ, Buenos Aires.
- Pastoriza, E. (Ed.). (2002). Las puertas al mar. Biblos, Buenos Aires.
- Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history, Cambridge, Cambridge University Press.
- Salvá, P., Aguiló, E. y Picornell, C. (1994) El turismo en el desarrollo regional: aportaciones y riesgos. En Territorios en transformación, Vera Rebollo, F. (comp). Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Madrid.
- Sánchez, J. (1985) “*Por una geografía del turismo de litoral*”. En Estudios Territoriales. Nro 17. Barcelona.
- Santos, M. (2002) La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y Emoción. Ariel, Madrid.
- Sauer, C. (1938). Destructive Exploitation in Modern Colonial Expansion. Comptes rendus du congrès international de géographie. Vol. 2. pp. 494-499. Amsterdam
- Turner, L. y Ash, J. (1991) La horda dorada, Endimión, Madrid.
- Svampa, M. (2005). La brecha urbana. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Svampa, M. (2001). Los que ganaron. Biblos, Buenos Aires.
- Urry, J. (2004) La mirada del turista. Universidad de San Martín de Porres. Lima.